

Cultura tributaria desde la vinculación con la colectividad. Caso: Asociación de comerciantes minoristas “El Bono”, Provincia de Santa Elena

REYES-TOMALÁ, Mariela Viviana*†, CARRIEL, Juan, ARRIAGA, German y ESPINOZA, Johnny

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Recibido Febrero 02, 2017; Aceptado Marzo 22, 2017

Resumen

El presente estudio tiene su sustento en las actividades de vinculación con la colectividad realizadas por la Carrera de Contabilidad y Auditoría (CPA) de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), por medio de un diagnóstico situacional se formula un proyecto para emprender un fortalecimiento de la cultura tributaria y la acción de la compensación en los comerciantes minoristas de la Provincia de Santa Elena. Actualmente, las Instituciones de Educación Superior están delegadas a contribuir con la comunidad, dando alternativas de soluciones, exteriorizando las capacidades intelectuales y académicas de docentes y estudiantes, con la finalidad de motivar el cambio y desarrollo de los pueblos. Conforme datos obtenidos el censo económico del país, año 2010, indica que de un total de 8.997 comerciantes encuestados en el Cantón La Libertad el 54% posee Registro Único de Contribuyente (RUC), mientras que el 46% no lo posee, denotando la informalidades de los comerciantes en la Provincia. Dada esta problemática el estudio sustenta su análisis considerando como muestra a la asociación de comerciantes minoristas “El Bono” del Cantón La Libertad.

UPSE, Vinculación con la colectividad, CPA, Cultura tributaria, RUC; Impuestos, comerciantes minoristas

Abstract

This article tries to express from the links with the community of the career of accounting and auditing (CPA) of the Santa Elena Peninsula (UPSE) State University, a situational analysis to undertake a strengthening of tax culture and action of compensation retailers in the Province of Santa Elena. The universe that underpins the tax is called tax culture and an important part of it is due to social values; hence the difficulty of paying with taste corresponding taxes. The economic census in the country, 2010, indicates that a total of 8,997 traders surveyed in Canton La Libertad 54% own Taxpayer Registration (RUC), meaning that 46% do not own, demonstrating high rates existing in the Province informalities. Currently, institutions of higher education are delegated to contribute to the community, giving alternative solutions, externalizing the intellectual and academic abilities of teachers and students, in order to motivate change and development of peoples. It is chosen as shown; the association of retailers "Bonus" Canton La Libertad, prescribing poor tax culture.

UPSE, links with the community, CPA, tax Culture, RUC; Tax retailers

Citación: REYES-TOMALÁ, Mariela Viviana, CARRIEL, Juan, ARRIAGA, German y ESPINOZA, Johnny. Cultura tributaria desde la vinculación con la colectividad. Caso: Asociación de comerciantes minoristas “El Bono”, Provincia de Santa Elena. Revista Administración y Finanzas. 2017, 4-10: 80-89.

*Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: mvreyest@upse.edu.ec)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

Los continuos cambios en la política fiscal, normas y reglamentos de la Administración Tributaria contribuyen al desarrollo económico de las diferentes provincias del Ecuador, no obstante se denota una escasa cultura tributaria. En la actualidad se evidencia un incremento de la informalidad en el sector comercial minorista, la resistencia de los comerciantes al cumplimiento de las obligaciones formales, la falta de interés, el desconocimiento y las ineficientes exoneraciones propuestas en diferentes instrumentos e incentivos formulados por la Administración Tributaria son algunos de los factores que conllevan al incremento del sector informal. (Torresano & Christiansen, 2014).

Camarero, Pino & Mañas (2015) definen a la cultura tributaria como el universo simbólico que sustenta el pago de impuestos. Es decir, el conjunto de creencias, sentimientos y comportamientos que se implican en la institución social de la recaudación de impuestos.

Para el estudio de la cultura tributaria, se analiza un nicho del mercado y se selecciona como muestra: La Asociación de Comerciantes Minoristas (ACM) de artículos varios “El Bono”, con 116 miembros, ubicada en el sector central del Cantón La Libertad.

Instrumento Tributario	Cantidad de comerciantes	Porcentual
Registro Único Contribuyente-RUC	3	2,58%
Registro RISE	35	30,17%
No Tiene Registro	78	67,25%
Total general	116	100%

Tabla 1 Informalidad Comercial en la ACM “El Bono”

Fuente: Investigación de campo, año 2014

Para el año de estudio se aprecia un 67,25% de comerciantes encuestados, no cuentan con ningún documento que acredite su formalidad, mientras que el 30,17% se encuentra registrado en el Régimen Simplificado Ecuatoriano (RISE). Estos datos preliminares presumen una informalidad en las organizaciones del sector comercial minorista en estudio, sustentado en la presencia de independencia a las normativas legales, ya sea por no disponer de ningún documento que acredite su formalidad, y por no estar registrados en los sistemas de recaudación.

Por su parte, el Servicio de Rentas Internas trabaja por incluir a los sectores informales a través del Sistema de Régimen Simplificado (RISE). A pesar de ello, aún se observa resistencia por parte de los comerciantes, estableciéndose altos índices de evasión fiscal que perjudica la recaudación tributaria provincial. La recaudación tributaria de los miembros de las asociaciones se encuentra limitada debido a su poco conocimiento sobre los beneficios y obligaciones que deben de cumplir con la Administración Tributaria, además el temor que le genera ser controlados.

La presente investigación brinda una acepción preliminar de la cultura tributaria en el sector informal de los comerciantes minoristas, con el análisis de caso en las asociaciones “El Bono”, del cantón la Libertad; provincia de Santa Elena. El diseño investigativo se basó en los modelos cualitativo y cuantitativo con la aplicación de cuestionarios dirigidos a los integrantes de las asociaciones.

Objetivos

Objetivo General

Determinar como la cultura tributaria incide en el pago de impuestos del sector informal de los comerciantes minoristas de la asociación “El Bono”, a través de un análisis situacional.

REYES-TOMALÁ, Mariela Viviana, CARRIEL, Juan, ARRIAGA, German y ESPINOZA, Johnny. Cultura tributaria desde la vinculación con la colectividad. Caso: Asociación de comerciantes minoristas “El Bono”, Provincia de Santa Elena. Revista Administración y Finanzas. 2017.

Objetivos Específicos

- Identificar como influye la impericia y el desconocimiento de la cultura tributaria en el pago de impuestos de los contribuyentes de la asociación de comerciantes minoristas “El Bono”
- Contribuir a la formación ciudadana, por medio del fomento de valores y actitudes congruentes con el desarrollo de la cultura tributaria y de su consolidación en el mediano y largo plazo.
- Hacer de la cultura tributaria una de las bases fundamentales de la modernización y el desarrollo del país, cuyos principios y objetivos sean compartidos por los diversos sectores representativos de la sociedad.

Antecedentes

El sector informal compone una estrategia de subsistencia a grupos marginados, contribuyendo al refuerzo de la exclusión y las tensiones sociales. Quezada Vimos (2016) expresa que desde la perspectiva macroeconómica, el sector informal dificulta el crecimiento económico, aumentando la evasión fiscal. En el Ecuador y puntualmente en la muestra de estudio, los contribuyentes forman parte de sector pequeño de producción dedicada al comercio de diferentes actividades la provincia de Santa Elena, y por medio de la observación de campo se presume que no existe un nivel adecuado de cultura tributaria.

Los propietarios de negocios inician sus actividades comerciales sin contar con el conocimiento de las obligaciones tributarias que se atribuyen al momento de iniciar actividades mercantiles.

La contrariedad se centra en que los contribuyentes de los locales comerciales, no realizan la debida liquidación de impuestos, ya que solo se les notifica el pago de impuestos municipales, por lo tanto, estos contribuyentes se descuidan al iniciar sus actividades comerciales y se dedican a la venta de sus mercaderías, servicios entre otros, sin la debida emisión de comprobantes de venta. Este desacierto causa complicaciones económicas y legales ya que el Servicio de Rentas Internas es el encargado de administrar el pago de impuestos que deben realizar los contribuyentes, siendo así objeto de multas impuestas con intereses y recargos luego de ser notificados con anterioridad, además de acciones legales como la clausura de locales comerciales temporal o definitivamente, lo que causa pérdidas económicas a largo plazo.

Cultura Tributaria

La diversidad de debates académicos relacionados con cultura y evolución genera que existan diferentes posicionamientos académicos alrededor de la misma de la misma. Según Taylor: “La principal tendencia de la cultura desde los orígenes a los tiempos modernos ha sido del salvajismo hacia la civilización, aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre” (Taylor, 1998).

Según la propuesta teórica de Marx, el dominio de lo cultural (constituido sobre todo por la ideología) es un reflejo de las relaciones sociales de producción, es decir, de la organización que adoptan los seres humanos frente a la actividad económica. La gran aportación del marxismo en el análisis de la cultura es que ésta es entendida como el producto de las relaciones de producción, como un fenómeno que no está desligado del modo de producción de una sociedad.

Asimismo, la considera como uno de los medios por los cuales se reproducen las relaciones sociales de producción, que permiten la permanencia en el tiempo de las condiciones de desigualdad entre las clases. Esta investigación no ahonda en los debates antropológicos, etnológicos u otros de la cultura humana; más bien enfocado a una doctrina social que bajó parámetros normados permita a los individuos actuar en el bien común, la solidaridad, la sana convivencia e igualdad en el marco de la ley.

Así, se entiende a la cultura tributaria como el universo simbólico que sustenta el pago de impuestos, es decir, el conjunto de creencias, sentimientos y compartimiento que se implican en la institución social de la recaudación de impuestos, o conjunto de información y el grado de conocimientos que tiene un país sobre los impuestos, en donde intervienen las percepciones, criterios, hábitos y las actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación.

Entendiendo a la cultura como el conjunto de habilidades que posee el ser humano de las distintas formas de vida y tradiciones, en la cual las normas de conducta son aspectos incluidos en la sociedad. Por lo tanto la cultura tributaria es la formación que se centra en impulsar el cumplimiento de las obligaciones fiscales con el pago de los tributos y deberes formales del contribuyente estipulados en la legislación. También se entiende como una cognición transparente para pagar de manera arbitraria los impuestos. El pago de impuestos es una forma de ser el motor de un país por su gran recaudación de dinero, con los que se administran para ejecutar obras que benefician a las personas en general, por lo tanto, en el Ecuador se debe fortalecer aún más la formación a los contribuyentes en general y al público en general sobre el pago de impuestos que le corresponden, de una manera directa, práctica y sencilla, para que exista una buena comprensión de todos, y lo apliquen de una manera constante.

El Impuesto

Andrade R. (2003) define el Impuesto como un tributo exigido por el Estado a quienes se hallan en las situaciones consideradas por la ley como hechos impositivos, siendo estos hechos impositivos ajenos a toda actividad estatal relativa al obligado.

La ley Orgánica de Régimen Tributario Interno describe a los impuestos como las prestaciones en dinero o en especie, exigidas por el Estado en virtud de su poder de imperio, a quienes se hallen en las situaciones consideradas por la ley como hechos impositivos.

Dado estos conceptos, se determina el concepto dispuesto como un tributo cobrado por el Estado en razón de la existencia de una ley y cuyos ingresos le permitirán satisfacer las necesidades colectivas de los ciudadanos. Es importante resaltar que debe existir el hecho imponible que obliga a la persona al pago del impuesto.

Metodología

La metodología de la investigación, es la manera en la que se enfoque o se procede a realizar la investigación, implica la elección del tipo, forma, lineamientos e instrumentos con los cuales va a actuar el investigador y si se realiza, o no ciertas formas de investigar.

La investigación se efectuó a partir de una perspectiva holística y basada en una concepción de realidad dinámica cuya modalidad básica de investigación fue de inclusión socio - económico con soporte en la indagación de campo y documental.

Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación se basó en dos métodos correspondientes, el cuantitativo y cualitativo. Por parte del método cuantitativo se logró conocer la cantidad de comerciantes, el número de comercios inscritos al RISE y RUC, el manejo de sus ingresos y gastos, y su formación en cultura tributaria.

Por el lado del método cualitativo se obtuvieron datos, característicos que definieron el comportamiento de los comerciantes en temas como el manejo de la contabilidad, el uso de la cultura tributaria en sus negocios, y la responsabilidad para el pago de sus impuestos.

Tipos de Investigación

Los tipos de investigación seleccionados concuerdan con las necesidades de obtención de información para el proyecto, son justo lo que se necesita para que la investigación se manifieste de manera veraz y se pueda producir una respuesta a la búsqueda investigativa.

La investigación exploratoria corresponde a la obtención de información, a través del análisis y la experimentación. Este tipo de investigación, se fundamenta en el análisis de las partes del objeto a investigar, propone la observación y experimentación de partes principales y secundarias que podría creer o ser el origen del problema. La investigación descriptiva, se enfoca en la definición de la investigación, y las partes a investigar, que propone la descripción del objeto investigado, se trata de descomponer cada una de las partes y exponer una definición en general.

Métodos de Investigación

En el presente proyecto, se utilizaron los siguientes métodos de investigación, que a continuación se presentan las definiciones de cada método.

Método Deductivo

Comúnmente al método deductivo se lo define como factores que van de lo general a lo específico, es decir desde una perspectiva general del problema se desglosara las causas que lo generan, en el presente proyecto lo general sería la influencia de la cultura tributaria en el pago de impuestos de los comerciantes y aplicando el método deductivo encontraremos un número de probabilidades que nos ayudaran a descifrar que es exactamente lo que induce al no pago de impuestos.

Método Inductivo

Este método ayudó a obtener las conclusiones a partir de los resultados durante la aplicación de los métodos cualitativo, ya que, este método es un proceso analítico y sintético en el que intervino el estudio de la causa y el efecto del problema. Para ello, se procedió a deducir sobre las actividades y procesos de pago de impuestos y la correlación de la cultura tributaria de los comerciantes.

Técnicas e Instrumentos Aplicados

El instrumento de recolección de datos fue el cuestionario de la encuesta, que es un medio escrito y básico entre el encuestador y el encuestado, a través de una serie de preguntas muy particulares, previamente preparadas de forma cuidadosa, susceptibles de analizarse en relación con la situación planteada.

Se elaboró un cuestionario para la encuesta que permitió recolectar datos de la población de estudio, con el fin de permitir a los entrevistados que expresen sus incomodidades, desconocimientos y falencias que pueden notar en el de sus pagos de impuestos. En lo que respecta a la técnica de investigación de campo se utilizó una guía de preguntas, lo que ayudó a visualizar de una manera global la problemática de estos contribuyentes.

REYES-TOMALÁ, Mariela Viviana, CARRIEL, Juan, ARRIAGA, German y ESPINOZA, Johnny. Cultura tributaria desde la vinculación con la colectividad. Caso: Asociación de comerciantes minoristas "El Bono", Provincia de Santa Elena. Revista Administración y Finanzas. 2017.

Población y Muestra

Población

Se define a la población como un: “conjunto de seres que poseen la característica o evento a estudiar y que se enmarcan dentro de los criterios de inclusión. Se trabajó con los representantes de los locales ubicados en el cantón La Libertad y los comerciantes minoristas la asociación “El Bono” que realizan actividades económicas generadoras de impuestos.

Unidades de análisis	N
Asociación de comerciantes minoristas de artículos varios “El Bono”	116
Contribuyentes de población abierta general	100
Total	216

Tabla 2

Fuente: Investigación de campo, año 2014, ACM “El Bono”

Muestra

La muestra es una parte de la población que se usa para el análisis investigativo, y necesariamente en este proyecto de investigación, determinará la veracidad de la obtención de información. El muestreo a utilizarse es el probabilístico aleatorio simple, que nos permite la elección de una muestra, que represente y contribuya con la óptima obtención de información. Según (S. Moore, 2000) “un muestreo aleatorio simple da a cada muestra de un tamaño determinado la misma posibilidad de ser acogida”. De esta forma se cumplirá con el objetivo de la investigación.

Datos para el cálculo de la muestra

$$N = 216$$

$$K^2 = 1,96$$

$$P = 0,50$$

$$Q = 0,50$$

$$E = 5\%$$

$$n = \frac{K^2 \times P \times Q \times N}{(E^2 (N-1)) + K^2 \times P \times Q} \quad (1)$$

$$n = \frac{207,4464}{1,4979}$$

$$n = 139$$

Resultados

Documentos Utilizados en el Negocio

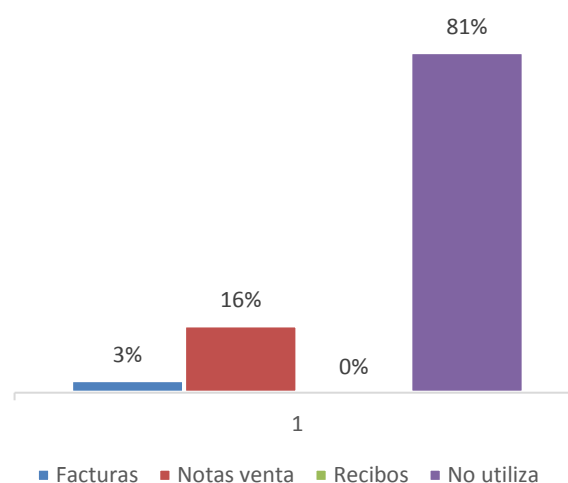


Gráfico 1 Documentos utilizados en el negocio del total

De las personas encuestadas el 81% no utiliza ningún tipo de documento en su negocio, el 16% emiten nota de venta y el 3% facturas, por tanto, de las 139 personas a las que se les hizo la encuesta, un total de 113 no emiten ningún tipo de documento, aunque es obligatorio según el Reglamento de Comprobantes de Venta y Retención.

Comportamiento Tributario

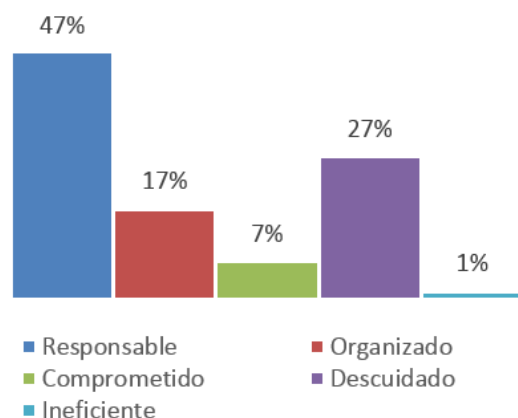


Gráfico 2 Comportamiento tributario

De los comerciantes encuestados, el 47% definió su comportamiento tributario como responsable, mientras que un 27% lo definió como descuidado, un 17% en cambio indicó que era organizado, el 7% que era comprometido y un 1% indicó ser ineficiente con respecto a su comportamiento.

Preparación en Áreas de Contabilidad y Tributación

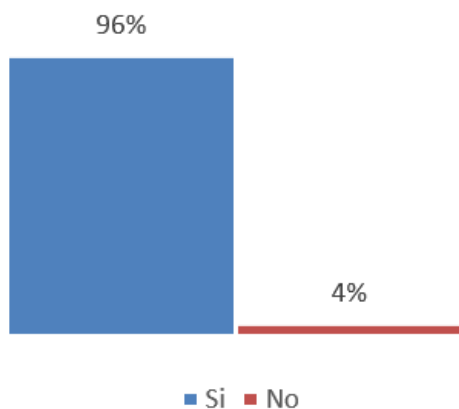


Gráfico 3 Preparación en áreas de Contabilidad y Tributación

Del total de las personas encuestadas, el 96% considera que es necesario prepararse en las áreas de contabilidad y tributación para mejorar la administración y crecimiento de sus negocios y el 4% no lo considera necesario, concluyendo la mayoría de los asociados en la importancia de capacitarse en las áreas de Contabilidad y Tributación.

Control Contable y Tributario en el Negocio

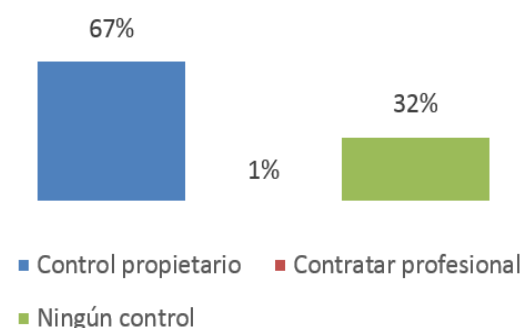


Gráfico 4 Control contable y tributario en el negocio

La encuesta revela que el control tributario y contable de los comerciantes, el 67% tiene un control por parte del propietario, el 1% contrata servicios profesionales y un 32% no cuenta con ningún tipo de control.

Régimen de Registro Tributario

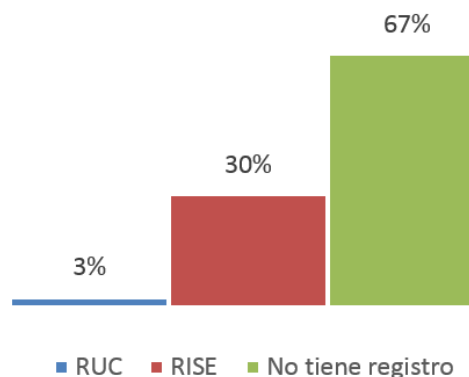


Gráfico 5 Régimen de registro tributario

Los encuestados respondieron que el 67% no se encuentra registrado en el Servicio de Rentas Internas, un 3% está registrado en el Régimen General, y un 30% de los comerciantes se encuentra registrado en el Régimen Simplificado (RISE).

Importancia Tributaria

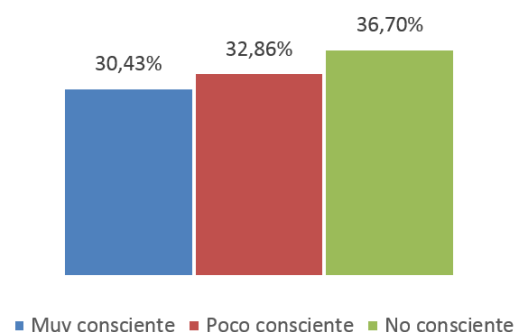


Gráfico 6 Importancia Tributaria

Los comerciantes y contribuyentes en un 30,43% supieron manifestar que estaban muy conscientes de la importancia de los impuestos para el país, un 32,86% dijo estar poco consciente de ello y el 36,70% dijo estar no consciente con los impuestos y el beneficio que brindan al país.

Preparación y Capacitación en Aspectos Tributarios

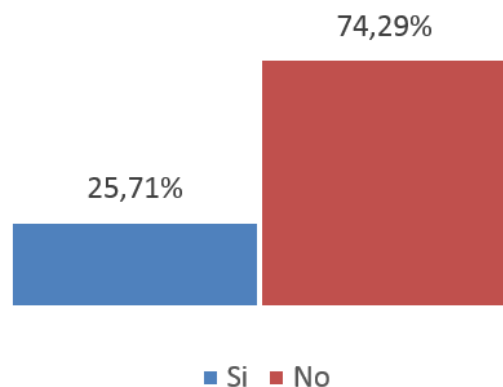


Gráfico 7. Preparación y capacitación en aspectos tributarios

Del total de los comerciantes y contribuyentes encuestados, un 25,71% indicó haber recibido capacitación previa sobre asuntos tributarios, el 74,29% indicó que no habían sido capacitados por ninguna entidad.

Causas de la Deficiente Cultura Tributaria

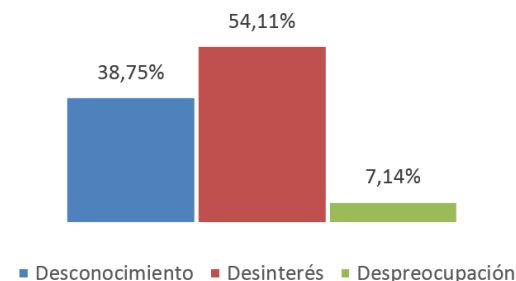


Gráfico 8 Causas de la deficiente Cultura Tributaria

Los contribuyentes indicaron, el 38,75% de ellos que la baja cultura tributaria proviene de su desconocimiento. Un 54,11% manifestó que el desinterés era la causa y el 7,14% dijo que la despreocupación era la razón de la deficiente cultura tributaria.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

La formación tributaria en los contribuyentes en general todavía es escasa en ciertos sectores de la economía, el pago de la mayoría de los impuestos no es la preferencia en estos grupos por lo que se razona y se expresa: que en el país aún existe un gran porcentaje de contribuyentes que evaden sus impuestos, ya sea con el fin de retribuir pagando menos impuestos al fisco, o por la ignorancia de las leyes tributarias que actualmente rigen y se encuentran en constante aplicación.

Los comerciantes presentan un comportamiento tributario variado, la mayoría con un 47% dice llevar de manera responsable sus tributos, y un grupo que representa el 27% relata la ineficiencia descuido de sus actos tributarios, pero el grupo de contribuyentes restantes podrían presentarse problemas futuros que se tratan de corregir y prevenir, mediante la investigación.

Los comerciantes con el porcentaje mayor un total de 36,70% de ellos, expresaron no estar conscientes de la importancia de los impuestos para el beneficio del país, bajando los niveles un grupo que conforman el 32,86% indicó estar poco consciente de la importancia de los tributos y 30,43% de los comerciantes agregaron estar conscientes de los beneficios de los tributos para el país. Lo que nos hace preguntarnos qué hace el SRI por transmitir la importancia de los impuestos para el país.

En su mayoría los contribuyentes manifestaron que nunca habían recibido una capacitación por parte del SRI u otra entidad en materia tributaria. Solo una minoría restante mencionó haber recibido esas capacitaciones.

Existen variadas causas para el bajo nivel de cultura tributaria, las tres propuestas en el cuestionario son muy válidas pero la que llevo más elecciones por parte de los comerciantes fue el desinterés que tienen los contribuyentes por conocer de sus obligaciones tributarias.

Recomendaciones

Planificar y ejecutar los programas de modificación y mejoramiento de la cultura tributaria son compromisos de las instituciones del estado: organismos de control, municipios, instituciones educativas y demás, debiéndose realizara alianzas estratégicas entre ellas.

Los planes institucionales de los organismos de control en sus operacionalización deberán de motivar a los comerciantes a considerar con toda la formalidad posible el compromiso que significan los tributos con el crecimiento del país y el bienestar de sus negocios, buscar formas de conocer, mejorar y desarrollar sus saberes tributarios. Y tratar de llevar de la manera más correcta el pago de sus impuestos.

Las entidades de recaudación como el SRI y educativa como la UPSE debería considerar con mayor impuso los acompañamientos y la realización de capacitaciones masivas para los contribuyentes en general y comerciantes minoristas en especial.

La Universidad Estatal Península de Santa Elena, carrera de Contabilidad y Auditoría en su planificación estratégica y de vinculación con la colectividad deberá analizar la factibilidad de crear un Núcleo de Apoyo Contable Fiscal (NACF) que brinde acompañamiento a los contribuyentes y sirva de escenario para las prácticas contable tributaria de sus estudiantes y docentes.

Referencias

- ANDRADE, R. (2003). *Legislación Económica del Ecuador* (Séptima ed.). Quito, Ecuador: Abya Yala.
- BERNAL, C. (2010). *Metodología de la investigación para la administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Tercera ed.). Colombia: Pearson Educación.
- CAMARERO, LUIS & PINO, JULIO & MAÑAS, BEATRIZ. (2015). *Evolución de la cultura tributaria económica y expectativas vitales* (Primera ed.). Montalbán, Madrid: J. A. Diseño Editorial, S. L.

CARPIO, I. (2000). La Investigación Contable Tributaria Teoría y Práctica, 3.

CÓDIGO TRIBUTARIO. (2013). Ecuador.
CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (2008). Ecuador.

DÍAZ, M. (2014). Psicología Fiscal y Tributaria. Psicología Tributaria, 1.

LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO. (2010). Ecuador.

MONTERO, J. (2007). Estadística Descriptiva. Madrid, España: Paraninfo, S.A.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR (2013-2017). Ecuador.

S. MOORE, D. (2000). Estadística Aplicada Básica. España: Antoni Bosch, Editor S.A.

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. (2014). Recuperado el 26 de Julio de 2015, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/incentivos-y-beneficios>.

Torresano, J. V., & Christiansen, S. D. (2014). El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil. *Journal of Economics Finance and Administrative Science*, 19(37), 90-97.